



**University of
Zurich**^{UZH}

**Zurich Open Repository and
Archive**

University of Zurich
University Library
Strickhofstrasse 39
CH-8057 Zurich
www.zora.uzh.ch

Year: 2010

Typografische Variation und (Inter-)Medialität. Zur kommunikativen Relevanz skripturaler Sichtbarkeit

Spitzmüller, Jürgen

Abstract: Nachdem sich verschiedene linguistische Teildisziplinen in den vergangenen Jahren der Medialität, Materialität und ‚Multimodalität‘ von Kommunikation zugewandt haben, hat zuletzt auch die typografische Gestaltung von Texten als spezifischer Aspekt dieses Komplexes verstärkte Aufmerksamkeit im Fach gefunden. Das Thema wurde, mit entsprechend unterschiedlichen Erkenntnisinteressen, in mehreren Fachbereichen (z.B. in der Text- und Graphostilistik, der Sozialesemyotik, der Werbesprachforschung, der Schriftlinguistik, der Verständlichkeitsforschung, der Metalexikographie und der Historischen Linguistik) aufgegriffen, darüber hinaus wird es mittlerweile auch in Nachbardisziplinen wie der Literatur- und Editionswissenschaft verstärkt diskutiert. Dabei wurde gezeigt, dass paraskripturale Phänomene in mehrfacher Hinsicht (etwa als Aufmerksamkeits- und Lesesteuerungssignal, als Emblem oder als Kontextualisierungshinweis) kommunikativ relevant werden können. Der Beitrag gibt erstens einen Einblick in dieses heterogene Feld linguistischer Forschung und versucht, die kommunikative Relevanz skripturaler Sichtbarkeit und damit auch die Relevanz des Gegenstandsbereichs für das Fach zu begründen. Zweitens diskutiert er mit Blick auf das Rahmenthema des vorliegenden Bandes die Frage, inwiefern sich (Inter-)Medialität und Visualität gegenseitig bedingen. Dabei soll weniger die kaum zu bestreitende These im Mittelpunkt stehen, dass sich die Medialität des Kommunikats in deren visueller Gestaltung niederschlägt (bzw. den Gestaltungsrahmen vorgibt), sondern es soll umgekehrt vor allem danach gefragt werden, ob und inwiefern Medialität durch (typo-)grafische Variation mitkonstruiert wird, inwiefern die Medialität also selbst das Produkt sozial verankerter kommunikativer Praktiken wie der Textgestaltung ist.

DOI: <https://doi.org/10.1515/9783110223613.97>

Posted at the Zurich Open Repository and Archive, University of Zurich

ZORA URL: <https://doi.org/10.5167/uzh-25193>

Book Section

Published Version

Originally published at:

Spitzmüller, Jürgen (2010). Typografische Variation und (Inter-)Medialität. Zur kommunikativen Relevanz skripturaler Sichtbarkeit. In: Deppermann, Arnulf; Linke, Angelika. Sprache intermedial: Stimme und Schrift, Bild und Ton. Berlin/NewYork: de Gruyter, 97-126.

DOI: <https://doi.org/10.1515/9783110223613.97>

Jürgen Spitzmüller

Typografische Variation und (Inter-)Medialität

Zur kommunikativen Relevanz skripturaler Sichtbarkeit

Abstract

Nachdem sich verschiedene linguistische Teildisziplinen in den vergangenen Jahren der Medialität, Materialität und ‚Multimodalität‘ von Kommunikation zugewandt haben, hat zuletzt auch die typografische Gestaltung von Texten als spezifischer Aspekt dieses Komplexes verstärkte Aufmerksamkeit im Fach gefunden. Das Thema wurde, mit entsprechend unterschiedlichen Erkenntnisinteressen, in mehreren Fachbereichen (z.B. in der Text- und Graphostilistik, der Sozialesemiotik, der Werbesprachforschung, der Schriftlinguistik, der Verständlichkeitsforschung, der Metalexikographie und der Historischen Linguistik) aufgegriffen, darüber hinaus wird es mittlerweile auch in Nachbardisziplinen wie der Literatur- und Editionswissenschaft verstärkt diskutiert. Dabei wurde gezeigt, dass paraskripturale Phänomene in mehrfacher Hinsicht (etwa als Aufmerksamkeits- und Lesesteuerungssignal, als Emblem oder als Kontextualisierungshinweis) kommunikativ relevant werden können.

Der Beitrag gibt erstens einen Einblick in dieses heterogene Feld linguistischer Forschung und versucht, die kommunikative Relevanz skripturaler Sichtbarkeit und damit auch die Relevanz des Gegenstandsbereichs für das Fach zu begründen. Zweitens diskutiert er mit Blick auf das Rahmenthema des vorliegenden Bandes die Frage, inwiefern sich (Inter-)Medialität und Visualität gegenseitig bedingen. Dabei soll weniger die kaum zu bestreitende These im Mittelpunkt stehen, dass sich die Medialität des Kommunikats in deren visueller Gestaltung niederschlägt (bzw. den Gestaltungsrahmen vorgibt), sondern es soll umgekehrt vor allem danach gefragt werden, ob und inwiefern Medialität durch (typo-)grafische Variation mitkonstruiert wird, inwiefern die Medialität also selbst das Produkt sozial verankerter kommunikativer Praktiken wie der Textgestaltung ist.

1. The Crystal Goblet

Imagine that you have before you a flagon of wine. You may choose your own favourite vintage for this imaginary demonstration, so that it be a deep shimmering crimson in colour. You have two goblets before you. One is of solid gold, wrought in the most exquisite patterns. The other is of crystal-clear glass, thin as a bubble, and as transparent. Pour and drink; and according to your choice of goblet, I shall know whether or not you are a connoisseur of wine.

Mit diesem reizvollen Gedankenspiel beginnt Beatrice Warde am 7. Oktober 1930 einen Vortrag vor der *British Typographers' Guild* in London, einen Vortrag mit dem Titel *The Crystal Goblet* („Der Kristallbecher“), der in der zwei Jahre später publizierten Form zu einem Klassiker der metatypografischen Literatur wurde (Warde [1932] 1991, Zitat: S. 109).

Ein Grund dafür ist wohl auch die Allegorie, mit der Warde ihren Vortrag beginnt. Diese Allegorie ist deshalb geschickt gewählt, weil Wein im kulturellen Umfeld, in dem sich der Vortrag positioniert, nicht irgendein Nahrungsmittel ist, sondern, wie Michael Silverstein es ausgedrückt hat, „a perduringly constant prestige comestible“ (Silverstein 2003, S. 222): „its consumption is the culminating moment of cooperative performance art, to be sure, in which ‚educated connoisseurship‘ can be manifested while doing away with the artifact of perceptual encounter“ (Silverstein 2003, S. 222). Die soziale (und nicht zuletzt natürlich auch religiös präformierte) Praktik des Weintrinkens, die den Rahmen für Wardes weitere Ausführungen bildet, ist ein für die „elite identity“ (Silverstein 2003, S. 227) innerhalb der westlichen Kultur konstitutiver Vorgang. Die dabei vollzogenen rituellen Handlungen – die Wahl des Weins und des Bechers, das Einschenken, das Anstoßen, das Reden über Weine usw. – sind, wie Silverstein betont, „the paraphernalia of the correctly-indexical ‚life style‘ (identity-by-visible-consumption)“ (Silverstein 2003, S. 227). Kurzum: Das Nippen am Weinglas ist zwar *auch* Flüssigkeitsaufnahme, in allererster Linie aber ist es „the mastery of which distinguishes professional and serious avocational tasters from all others“ (Silverstein 2003, S. 223).

Vor diesem Hintergrund ist die Entscheidung, vor die Warde ihr Auditorium stellt, sozial hochgradig brisant. Und entsprechend einschneidend ist das Urteil, das die New Yorker Journalistin und Typografin über die Becherwahl fällt:

For if you have no feelings about wine one way or the other, you will want the sensation of drinking the stuff out of a vessel that may have cost thousands of pounds; but if you are a member of that vanishing tribe, the amateurs of fine vintages, you will choose the crystal, because everything about it is calculated to reveal rather than hide the beautiful thing which it was meant to contain. (Warde [1932] 1991, S. 109)

Der ‚kostbare Inhalt‘ und die ‚störende, ablenkende Hülle‘ – das also sind Wardes zentrale Bewertungskriterien. Aber natürlich geht es ihr nicht primär um Wein. Das Thema ihres Vortrags sind Texte und ihre Gestalt, darüber hinaus aber auch schriftliche und mündliche Kommunikation in einem umfassenden Sinn. Für diese jedoch, für die Textgestalt und für Kommunikation allgemein, haben Warde zufolge die genannten Kriterien ebenfalls zu gelten. Auch deren ‚Inhalt‘, die ‚Gedanken‘, ‚Ideen‘ und ‚Bilder‘, könne nur dann ‚rein erstrahlen‘, wenn die ‚Hülle‘ weitestgehend verschwinde. Der Kristallbecher, die ‚durchsichtige Form‘, wird somit zum ‚heiligen Gral‘ der Kommunikation erhoben, deren einziges Ziel für Warde die ‚Übermittlung‘ eben der ‚Gedanken‘, ‚Ideen‘ und ‚Bilder‘ von einem Sender zu einem Empfänger ist:

Talking, broadcasting, writing, and printing are all quite literally forms of *thought transference*, and it is the ability and eagerness to transfer and receive the contents of the mind that is almost alone responsible for human civilization. If you agree with this, you will agree with my one main idea, i.e. that the most important thing about printing is that it conveys thought, ideas, images, from one mind to other minds. This statement is what you might call the front door of the science of typography. (Warde [1932] 1991, S. 110)

Es ist sicher kein Zufall, dass dieser Text in den 1930er-Jahren entstanden ist, in einer Zeit, in der Kommunikation auch anderweitig mit der ‚Übertragung‘ von Nachrichten gleichgesetzt wird. Man denke beispielsweise an Claude Shannons Kommunikationsmodell, welches im selben Jahrzehnt entwickelt wurde (vgl. Shannon 1948). Auf diese wissenschaftsgeschichtlichen Zusammenhänge kann an dieser Stelle nicht weiter eingegangen werden. Was allerdings für das Thema dieses Beitrags wichtig ist, ist die *Vorstellung*, die sich mit solchen Konzepten verbindet, die Vorstellung, dass das Medium und die Form reine ‚Vehikel‘ sind und zu ‚Störquellen‘ werden, sobald die Vehikelfunktion überschritten wird:¹

A public speaker is more ‚audible‘ in that sense when he bellows. But a good speaking voice is one which is inaudible *as* a voice. It is the transparent goblet again! I need not warn you that if you begin listening to the inflections and speaking rhythms of a voice from a platform, you are falling asleep. (Warde [1932] 1991, S. 111)

Und so wie die Stimme ‚unhörbar‘ zu sein hat, hat die Schrift ‚unsichtbar‘ zu werden:

Type well used is invisible *as* type, just as the perfect talking voice is the unnoticed vehicle for the transmission of words, ideas. [...] The book typographer has the job of erecting a window between the reader inside the room and that landscape which is the author's words. (Warde [1932] 1991, S. 111/113)

Nicht zufällig ergänzt Warde hier die Metapher des Kristallbechers um die der Fensterscheibe, die einen möglichst ungetrübten Blick des Lesers auf den ‚Inhalt‘ des Textes gewähren soll. Sie schließt damit an eine alte und im metastilistischen Diskurs weit verbreitete Metaphorik an, die Joseph Gusfield (1976, S. 16) treffend als „window pane theory“ bezeichnet hat. Wie Heinz L. Kretzenbacher in einem einschlägigen Aufsatz zur ‚Durchsichtigkeit‘ der Wissenschaftssprache verdeutlicht, ist es das Ziel dieser letztlich auf das *Perspicuitas*-Ideal der antiken Rhetorik zurückgehenden Metaphorik, „den medialen Eigencharakter der Sprache so weit wie möglich zurückzudrängen“ (Kretzenbacher 1995, S. 18).

Die Metatypographie ist dem Warde'schen Imperativ – *Printing should be invisible!* – zunächst mehrheitlich gefolgt. Insbesondere in der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts weisen viele einflussreiche Typografen immer wieder und mit großem Nachdruck auf diesen Imperativ hin – was wiederum kein

¹ Eine Vorstellung, die seit Reddy (1995) bekanntlich als ‚Rohrpostmetapher‘ (*conduit metaphor*) kritisiert wird.

Zufall ist, sondern auch als Gegenbewegung zum typografischen Manierismus des 19. Jahrhunderts und zur aufkommenden Werbetypografie (vgl. Twyman 1993; Friedl/Ott/Stein 1998 (Hg.), S. 60–61) zu verstehen ist.

Stanley Morison etwa, der berühmte englische Typograf und Schöpfer der *Times New Roman*, schreibt in einem Text, der ursprünglich ein Artikel zum Lemma *Typography* in der *Encyclopædia Britannica* war (vgl. Morison 1929; im Folgenden zitiert aus einer späteren, ausgearbeiteten Fassung):

Typography is the efficient means to an essentially utilitarian and only accidentally aesthetic end, for enjoyment of patterns is rarely the reader's chief aim. Therefore, any disposition of printing material which, whatever the intention, has the effect of coming *between* author and reader is wrong. It follows that in the printing of books meant to be read there is little room for 'bright' typography. Even dullness and monotony in the typesetting are far less vicious to a reader than typographical eccentricity or pleasantry. (Morison 1930, S. 61; Herv. J.S.)

Und Jan Tschichold, der wohl einflussreichste Typograf im deutschsprachigen Raum, stellt fest:

Gute Typographie ist, wie ein idealer Diener gewesen sein mag: da und doch nicht bemerkbar; unauffällig, aber eine Voraussetzung des Wohlbefindens; lautlos, geschmeidig. (Tschichold 2001, S. 16)

Vor allem ab der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts mehren sich jedoch die Gegenstimmen. Die folgende Auswahl illustriert dies. So schreiben etwa Albert Kapr und Walter Schiller:

Schon wiederholt wurde darauf hingewiesen, daß die erste und eigentliche Aufgabe darin besteht, einen vorgegebenen Text lesbar und faßlich wiederzugeben. Aber selbst wenn sich die Typographie auf diese Aufgabe beschränkt, wird das visuelle Bild einen bestimmten emotionellen Eindruck machen. Das Druckerzeugnis kann nüchtern, sachlich, harmonisch oder unsicher, unentschieden, disharmonisch wirken, auch wenn der Gestalter überhaupt nicht an eine solche Wirkung dachte. Jede Sinnesempfindung, jede sinnliche Wahrnehmung ruft Gefühle hervor, auch wenn diese nicht immer vordergründig wirksam werden. Es ist also gar nicht möglich, die Typographie lediglich auf ein Lesbarmachen des Textes zu reduzieren. Das Lesen hat immer einen zweifachen Aspekt, einen kognitiven und einen affektemotionalen. (Kapr/Schiller 1977, S. 20)

Ganz ähnlich betont der Schriftdesigner Erik Spiekermann:

Selbst wenn man eine „neutrale“ Schrift wählt, hat man damit eine Wahl getroffen, die dem Leser sagt, dass diese Mitteilung „neutral“ ist. Oder sein will.

Jede Gestaltung fügt eine Interpretation hinzu. [...] Allein die Wahl der Schrift kann den Inhalt eines Wortes manipulieren. (Spiekermann 2004, S. 103)

Auch Hans-Peter Willberg und Friedrich Forssman schreiben in ihrem einschlägigen Handbuch *Lesetypographie*:

Schrift nimmt *Bezug zum Inhalt*, jede Schriftwahl ist Interpretation, 'neutrale' Schriften kann es nicht geben. (Willberg/Forssman [1997] 2005, S. 72; Herv. i. Orig. fett)

Und in expliziter Opposition zu Beatrice Warde postuliert der niederländische Typograf Gerard Unger:

Invisible typefaces do not exist. (Unger [1992] 2003, S. 110)

Ähnliche Aussagen finden sich in der neueren metatypografischen Literatur in großer Zahl. Das ist eine bemerkenswerte Entwicklung, denn was hier zum Teil ganz grundsätzlich in Frage gestellt wird, ist nichts weniger als das „Leitprinzip typographischer Gestaltungsarbeit“ seit Beginn des 19. Jahrhunderts (vgl. König 2004, Zitat: S. 43). Die Entstehung dieses Leitprinzips ist auch diskurstheoretisch hochinteressant, denn das Prinzip ist in vielfacher Weise mit dem allgemeinen geistesgeschichtlichen Diskurs verflochten.

Sehr schön herausgearbeitet hat diese Zusammenhänge Friedrich Kittler, der darauf hingewiesen hat, dass „[i]m Aufschreibesystem um 1800“, im Zusammenhang mit der Entstehung einer ‚neuen Innerlichkeit‘, „Sprache überhaupt bloßer Kanal“ wird (Kittler [1985] 2003, S. 140), ein Kanal nämlich zur möglichst störungsfreien ‚Übermittlung‘ der seelischen Empfindungen des romantischen Dichters an die empfindsamen Seelen seiner Leser, die Kittler zufolge vor allem bürgerliche Leserinnen waren. „Mit dem reinen stimmlichen Signifikat, vor dem alle Signifikanten zu Übersetzungen herabsinken“, also un-vermittelt, und das heißt auch, „ohne sie mit Schrifttypen zu behelligen“, „spricht der Dichter ihre Seelen an“ (Kittler [1985] 2003, S. 125). Nicht zufällig, so Kittler weiter, haben die Schriftschneider – in Italien Giambattista Bodoni (1818), in Deutschland Johann Friedrich Unger (1793 [1971]) – just in dieser Zeit damit angefangen, „Buchstaben [...] auf mühelosen Konsum [zu] berechne[n]“ (Kittler [1985] 2003, S. 150), also die Tauglichkeit ihrer Schriftentwürfe mithilfe von Lesbarkeitsexperimenten zu prüfen (vgl. dazu auch König 2004, S. 43–45). Denn es sei, wie Kittler an anderer Stelle festhält,

für zaghafte Bürgermädchen [...] alles darauf an[gekommen], vor der Materialität von Druckbuchstaben buchstäblich zu ‚erblinden‘. Sonst hätten sie ihnen im Imaginären (oder gar am Pianoforte) keine Melodie aus dem eigenen Herzen unterlegen können. (Kittler 1986, S. 110)

Skripturale ‚Unsichtbarkeit‘ wäre demzufolge also keine kommunikative Notwendigkeit, sondern vielmehr ein wirkmächtiges diskursives Konstrukt – ein Konstrukt, dessen Auflösung wir gerade erleben, wie die soeben zitierten Aussagen belegen.² Gleichwohl ist zu konstatieren, dass der Unsichtbarkeitstopos seine Wirkmächtigkeit noch nicht verloren hat – sonst müssten die Typografen nicht so vehement dagegen anschreiben.

² Belege dafür finden sich auch in Texten außerhalb der Gestaltungstheorie (vgl. etwa den inspirierenden Essay von Barthes [1973] 2006 sowie grundsätzlich wiederum Kittler [1985] 2003). Darauf kann an dieser Stelle nicht näher eingegangen werden.

Wenn wir allerdings die vielbeklagte „Medienindifferenz“ (Bittner 2003, S. 53) bzw. „Medialitätsvergessenheit“ (Jäger 2000, S. 26) als diskursives Produkt ansehen, so müssen wir auch dessen Gegenkonzept, die „Materialität der Kommunikation“ (Gumbrecht/Pfeiffer (Hg.) [1988] 1995) und die skripturale ‚Sichtbarkeit‘, als (freilich ebenfalls faktisch wirksames) diskursives Konstrukt betrachten, was übrigens Kittler ([1985] 2003) auch tut. Auf diesen Punkt wird zurückzukommen sein.

Zunächst jedoch soll der Frage nachgegangen werden, welche Relevanz die soeben beschriebenen Konzeptionen von Schriftlichkeit und Visualität für die Linguistik haben. Ich meine, mehrfache. Zum einen wäre, wenn ‚Sichtbarkeit‘ und ‚Materialität‘ von Schrift tatsächlich in der gegenwärtigen Wahrnehmung derart an Bedeutung gewonnen hätten, wie es die Zitate nahelegen, Typografie ein Gegenstand der Linguistik, da ihr kommunikative Relevanz zukäme, womit sie bei der Analyse schriftsprachlicher Kommunikation berücksichtigt werden müsste. Dass dies so ist, dafür wird der Beitrag im weiteren Verlauf sprachwissenschaftliche Argumente beisteuern, wobei auch der Gegenteil, dass Typografie ‚immer‘ Interpretation hinzufügt, kritisch geprüft werden soll. Zweitens jedoch horcht man als Linguistin und Linguist angesichts dieser Diskussion und der darin vertretenen Konzepte unmittelbar auf. Denn den Wandel, der sich hier in der Wahrnehmung des Gegenstandes vollzogen hat, kennen Sprachwissenschaftler nur allzu gut. Die Disziplin hat, was etwa die Beurteilung der Relevanz parasprachlicher, performativer und medialer Phänomene sowie die Multifunktionalität von Sprache und die Multireferenzialität von Zeichen angeht, eine ähnliche Entwicklung durchgemacht. Der vorliegende Band und die ihm vorausgegangene Jahrestagung zeigen sehr deutlich, wie sehr sich das Fach mittlerweile von Fensterscheibentheorien und Rohrpostmetaphern distanziert hat.

Allein, was die Visualität von *Schrift* betrifft, hinkt die Linguistik nicht nur dem metatypografischen Diskurs, sondern in gewisser Weise auch ihrem eigenen Standard immer noch hinterher. Diese wurde auch lange Zeit, nachdem non- und parasprachliche Phänomene etwa in der Gesprächslinguistik längst als konstitutiv erkannt und beschrieben worden waren, immer noch als kommunikativ irrelevant eingestuft (oder aber schlicht ignoriert),³ und man hat den Eindruck, dass die Gestaltung von Texten vielfach immer noch als reine ‚Hülle‘ verstanden wird, die beim Lesen restlos durchsichtig wird und durchsichtig zu werden hat (vgl. dazu unten Abschnitt 3). Mittlerweile jedoch hat sich vieles geändert. Immer mehr Linguistinnen und Linguisten erkennen die Textgestalt als relevanten Fachgegenstand an. Die Visualität der Texte ist mithin auf dem Weg, ein ernsthafter Forschungsgegenstand zu werden. Der folgende Abschnitt verdeutlicht dies.⁴

³ Vgl. hierzu Waller (1996); Stöckl (2004); Spitzmüller (2006, 2009).

⁴ Vgl. für einen ausführlicheren Forschungsüberblick Spitzmüller (2006).

2. Die Textgestalt als Forschungsgegenstand

Das linguistische Interesse an der Textgestalt verteilt sich mehr oder weniger auf zwei grundsätzlich zu unterscheidende Kategorien von Funktionen, die der Textgestaltung zugeschrieben werden: auf *textorganisierende* Funktionen und auf *stilistische* Funktionen.

Arbeiten, die sich vor allem für den ersten Bereich interessieren, prüfen, inwieweit die mikrotypografische Gestaltung von Einzelelementen (etwa die Auszeichnung von Wörtern und Phrasen oder die Verwendung bestimmter Schrifttypen) sowie auch die makrotypografische Gesamtgestaltung (das Seitenlayout, die Kombination von Text mit pikturalen Elementen, die Verwendung von Elementen wie Fußnotenapparaten, Überschriften, Absatzausrichtungen usw.) die Textorganisation bestimmt und damit die ‚Lesbarkeit‘ des Textes beeinflusst. Entsprechende Arbeiten finden sich in der Textverständlichkeitsforschung, der Metalexikografie, der Text- und der Medienlinguistik.⁵

Arbeiten, die sich mehr für den stilistischen Bereich interessieren, untersuchen, inwieweit spezifische Textgestaltungen kontextkonstitutiv sind, inwieweit sie also den Interpretationsrahmen mitprägen. Auch hier kommt sowohl die Mikro- als auch die Makroebene der Gestaltung in den Blick. Wichtige Fragestellungen sind in diesem Zusammenhang etwa, inwieweit die Gestaltung von Texten Textsortenvorerwartungen generiert, inwieweit einzelne Elemente oder die Gesamtkomposition spezifische Schemata aufrufen, welche eine bestimmte Lesart des Textes nahelegen, inwieweit Gruppenzugehörigkeiten durch spezifische grafische Elemente signalisiert werden, inwieweit die Gestaltungselemente expressiv und appellativ wirken und inwieweit die grafischen Mittel mit anderen Textmodalitäten interagieren. Dieser Bereich wird derzeit vor allem durch Arbeiten aus der Text- und Graphostilistik, der Sozialstilistik (insbesondere der *Social Semiotics*) und der Werbesprachforschung ausgeleuchtet.⁶ Der textstilistische Bereich ist es auch, der in einigen sprachgeschichtlichen Arbeiten (etwa Polenz 1996 und Ehlers 2004) ins Zentrum gerückt wird.

Über diese beiden Hauptforschungsgebiete hinaus finden sich auch linguistische Arbeiten, die weitere Fragestellungen untersuchen. Erwähnt seien hier nur medien- und druckgeschichtliche Fragestellungen (denen etwa Herbert Brekle in vielen Arbeiten nachgeht; vgl. Brekle 1993, 1994,

⁵ Vgl. für Beispiele aus der Textverständlichkeitsforschung Sauer (1997, 1999), Ballstaedt et al. (1981), Doerfert (1980) und Schröder (1993), für die Metalexikografie Bergenholtz (1995), Almind/Bergenholtz (2000) und Wiegand (1999, 2000), für die Textlinguistik Hagemann (2007), Wien (2007) sowie Hausendorf/Kesselheim (2008, *passim*) und für die Medienlinguistik Bucher (2007). Vgl. für eine historische Perspektive außerdem Raible (1991).

⁶ Vgl. etwa Spillner (1982); Antos (2001); Fix (2001, 2008); Androutsopoulos (2004); Scollon/Scollon (2003); Stöckl (2004, 2008); Sandig (2006); van Leeuwen (2005, 2006); Meier (2007).

1997) sowie schriftlinguistische Versuche, Typografie schriftsystematisch zu klassifizieren (etwa in den Arbeiten von Peter Gallmann 1985 und Hartmut Günther 1988, 1993).

Nach diesem kurzen Einblick in die Forschungslandschaft, der zeigt, dass Textgestaltung bzw. Typografie in der Linguistik vielfach und mit ganz unterschiedlichen Interessen zum Gegenstand gemacht worden ist, soll der Fokus im Folgenden auf Fragestellungen gelenkt werden, die für das Rahmenthema des vorliegenden Bandes besonders relevant sind. Im Wesentlichen konzentrieren sich die Ausführungen dabei auf den Bereich der (Sozial-)Stilistik.

3. *Variation und Wissen*

Eine für die Frage nach der kommunikativen Relevanz skripturaler Visualität wichtige Frage ist, inwiefern grafische Mittel soziale Wirklichkeit mitkonstituieren. Diese Frage steht im Mittelpunkt der folgenden Überlegungen. Grafische Gestaltung wird dabei als eine sozial konstitutive, performative Praxis – als *Prozess*, nicht als Produkt – betrachtet. Als Zugang zu dieser Praxis wird ein primär soziolinguistisch-interaktionstheoretisches Vorgehen mit diskurstheoretischer bzw. epistemologischer Verankerung gewählt. Die Kernkonzepte, auf denen Analysen solcher Praktiken aufbauen, sind daher die beiden Kernkonzepte aus der Soziolinguistik und der Diskurstheorie: *Variation* und *Wissen*.

Die erste These, die sich hieraus ergibt, ist: Grafische Gestaltung ist als eine Form kommunikativer Variation zu verstehen, wobei angenommen wird, dass Variation potenziell sozial distinktiv ist. Dies ist bekanntlich eine Grundannahme der Soziolinguistik, und zwar sowohl der variationslinguistisch ausgerichteten als auch der interpretativen. Die folgenden beiden exemplarischen Zitate von Vertretern jeweils einer dieser beiden soziolinguistischen Ausrichtungen verdeutlichen dies:

The foundations of variationist sociolinguistics come from the rudimentary observation that the variants that occur in everyday speech are linguistically insignificant but socially significant. (Chambers 2003, S. 3)

[...] function is affected by the social ‚values‘ – in a politico-economic sense – attributed to particular linguistic resources [...]. In general, we can say that every difference in language can be turned into difference in social value – difference and inequality are two sides of a coin, a point often overlooked or minimised in analysis. (Blommaert 2005, S. 68–69)

Die Zitate zeigen zugleich aber auch, wie unterschiedlich die Grundannahme der sozialen Wirksamkeit kommunikativer Variabilität von den Vertretern der beiden soziolinguistischen ‚Schulen‘ verstanden wird. Während

die Variationslinguistik (hier exemplarisch Jack Chambers) Variation primär als Index sozialer Zugehörigkeit ansieht und deshalb vor allem an der Klassifikation soziokommunikativer Struktureinheiten (*Variablen* und *Varietäten*) und deren gesellschaftlicher Stratifikation interessiert ist, betrachten sie die Vertreter der interpretativen Soziolinguistik (hier Jan Blommaert) als kommunikativen *Prozess*, als Praxis der Ko-Konstruktion einer prinzipiell dynamischen sozialen Wirklichkeit, in der sich die Kommunikationsteilnehmer positionieren. Wie das zweite Zitat zeigt, gehört hierzu nicht zuletzt auch die Ko-Konstruktion gesellschaftlicher Unterschiede und Ungleichheiten.⁷ Die vorliegenden Ausführungen schließen an die Überlegungen der interpretativen Soziolinguistik an.

Auf grafische Kommunikation übertragen heißt dies, dass es nicht gleichgültig ist, welche Mittel ein Textproduzent wählt, sondern dass einzelne Mittel mit spezifischen sozialen Werten assoziiert werden bzw. auf „indexikalische Ordnungen“⁸ hinweisen, dass sie also sozialsymbolisch kodiert sind. Das hat ja übrigens schon Beatrice Warde so gesehen. Zumindest impliziert ihre Weinbecher-Allegorie, dass die Wahl der Mittel für sie sozial distinktiv ist: Wer die ‚transparente‘ Form wählt, gibt sich ihr als Experte zu erkennen (genauer, er wird von ihr als Experte eingestuft), wer die ‚ornamentale‘ Form wählt, als Banause⁹ – und welche sozialen Konsequenzen dies vor dem Hintergrund des „priestly charisma of connoisseurship“ (Silverstein 2003, S. 224) haben kann, welches es ja bekanntlich auch im Bereich kommunikativen Handelns gibt, haben die obigen Ausführungen gezeigt.

Weiterhin wird angenommen, dass die sozialsymbolischen Zuschreibungen unterschiedlich stark stratifiziert, die indexikalischen Ordnungen also unterschiedlich weitreichend sind. Ob und wie stark bestimmte grafische Mittel mit sozialsymbolischen Werten in Verbindung gebracht werden, hängt einerseits vom sozialen Hintergrund der Kommunikationsteilnehmer ab (vgl. dazu unten), andererseits aber auch von der konkreten Kommunika-

⁷ Vgl. zu den theoretischen und methodischen Unterschieden zwischen variationslinguistischer und interpretativer Soziolinguistik grundsätzlich Coupland (2007, S. 1–53). Coupland selbst bindet Variation dabei an das Konzept des Stils an, welches er ebenfalls im Sinne eines dynamischen Prozesses versteht: „[...] what matters for linguistic style is more to do with process than with product, more to do with use than with structure“ (Coupland 2007, S. 3).

⁸ Vgl. Silverstein (2003), der das Konzept in die Soziolinguistik eingeführt und am Beispiel des erwähnten „wine talks“ exemplifiziert hat. Unter „indexical orders“ versteht Silverstein sozialsymbolische Systeme oder Ordnungen, in denen bestimmte metapragmatische Wertzuschreibungen gelten, die die Beurteilung der kommunikativer Praktiken von Interaktionsteilnehmern sowie auch deren sozialen Status und ihre „Diskursfähigkeit“ (*Voie*) innerhalb bestimmter sozialer Gruppierungen bestimmen. Vgl. hierzu auch Blommaert (2005, S. 68–97).

⁹ Vgl. dazu auch die Warde-Interpretation von Salen (2001).



(a)



(b)



(c)



(d)



(e)



(f)

Abb. 1: Sozialsymbolische Zuschreibungen: gebrochene Schriften



(a)



(b)



(c)



(d)

Abb. 2: Sozialsymbolische Zuschreibungen: popkulturelle Szenekommunikation

tionssituation und dem dabei interaktiv¹⁰ (vom Textproduzenten und vom Rezipienten durch kommunikative und andere Praktiken) generierten Kontext. Allerdings ist auch davon auszugehen, dass die sozialsymbolische Reichweite mancher grafischer Mittel größer ist als die anderer. So gibt es Mittel, denen in ganz verschiedenen Situationen und von Interaktionsteilnehmern mit ganz unterschiedlicher soziokultureller Verortung bestimmte Werte zugeschrieben werden, die also weniger an konkrete kommunikative Konstellationen gebunden sind als andere. Ein Beispiel hierfür sind gebrochene Schriften, die in vielen Kontexten immer noch mit Nationalismus oder gar Nationalsozialismus in Verbindung gebracht werden (vgl. Abbildung 1).¹¹ Im Fall anderer Mittel sind die Zuschreibungen sehr viel latenter bzw. gruppenspezifischer. Dies gilt etwa für die spezifischen grafischen Ausdrucksmittel der Popkultur (vgl. Abbildung 2), die als „genre cues“ (Androutsopoulos 2001, S. 20) fungieren, von den Anhängern aber auch als Gruppenindikatoren verwendet werden (vgl. Androutsopoulos 2004; Spitzmüller 2007). Darüber hinaus gibt es Zuschreibungen, die nur innerhalb sehr exklusiver Gruppen vorgenommen werden. So berichtet etwa Brenda Danet (2001, S. 289–344) von einer Gruppierung im Internet, die sich weigert, Morisons *Times New Roman* zu verwenden und die diejenigen, die das tun, für genau das halten, was Morison als geringeres Übel der Textgestaltung bezeichnet hat: für langweilig und monoton. Ein sicherlich noch extremeres Beispiel ist die folgende Aussage eines Textgestalters, bei der die Gestaltung vollends zum sozialen Ausschlusskriterium wird:

Ich erhielt einen Brief von einem Verantwortlichen des Designer-Verbandes mit der Aufforderung zur Mitarbeit in einem Ausschuß.

Der Brief war in der 10 Punkt Avant Garde gesetzt, Blocksatz, sehr lange Zeilen, sehr große Löcher zwischen den Wörtern, ohne Durchschuß. Da habe ich lieber gleich abgesagt. (Willberg/Forssman [1999] 2001, S. 78)

Dass diese sozialsymbolischen Zuschreibungen funktionieren, lässt sich mit dem zweiten Kernkonzept erklären, dem des *Wissens*. Wissen meint hier im epistemologischen Sinn eine nicht notwendigerweise explizierbare Form kollektiver Annahmen.¹² Die zweite These lautet also, dass die sozialsym-

¹⁰ Der Interaktionsbegriff, auf den sich dieser Beitrag bezieht, ist weiter als der in der Konversationsanalyse übliche. Aufgrund der zeitlichen und räumlichen Trennung von Textproduzent und Textrezipient ist die Reziprozität/Dialogizität naturgemäß (seitens des Produzenten auf Rezeptionskontext- und -steuerungssignale) eingeschränkt, weshalb die Konversationsanalyse hier nicht von *Interaktion* sprechen würde. Wenn dies dennoch getan wird, dann deshalb, weil der Beitrag davon ausgeht, dass Sinn vom Textproduzenten und vom Textrezipienten gemeinschaftlich, in einem interaktiven (also gemeinschaftlich-handelnden), dynamischen Prozess, hergestellt wird, weshalb er auch für einen *interaktionstheoretischen* Zugang (unter Berücksichtigung dieser Unterschiede) plädiert.

¹¹ Vgl. Bain/Shaw/Bertheau (Hg.) (1998); Schopp (2002); Spitzmüller (im Druck); Meier-Schuegraf (2005).

¹² Dieser Wissensbegriff ist angelehnt an die wissenssoziologischen bzw. epistemologischen Konzepte von Foucault (v.a. 1981) und Berger/Luckmann (2003) sowie an die linguistischen

bolischen Zuschreibungen Teil eines grafischen oder semiotischen Wissens sind, das die Mitglieder einer sozialen Gemeinschaft teilen bzw. zu teilen glauben. Die Verwendung grafischer Mittel erfolgt auf der Basis dieser Grundannahmen. Solche Annahmen können sein, dass bestimmte Mittel bestimmte ‚Werte‘ oder ‚Unwerte‘ zum Ausdruck bringen, aber auch, dass sie besonders ‚geeignet‘ oder ‚typisch‘ für die gegebene Kommunikationsform oder Textsorte sind, also den Erwartungen entsprechen. Dies impliziert freilich, dass die Produzenten davon ausgehen, dass die Rezipienten die Zuschreibungen teilen.¹³

Damit wäre auch, wie es in den in Abschnitt 1 zitierten Äußerungen zum Ausdruck gebracht wurde, die Wahl so genannter ‚neutraler‘ oder ‚unauffälliger‘ Mittel eine soziale Entscheidung im Sinne einer Einordnung in das, was der Produzent des Textes für die ‚Norm‘ oder das ‚Erwartete‘ hält. Diese Wahlen müssen nicht bewusst erfolgen. In sehr vielen Fällen tun sie dies, wie auch die sprachstilistischen Wahlen, vermutlich nicht. Dennoch ist anzunehmen, dass die Erfahrungen und Werthaltungen der Textproduzenten die Basis dafür bilden, welche konkreten Mittel sie verwenden.

Wenn das grafische Wissen die Produktion von Texten prägt, so gilt dies umgekehrt auch für deren Rezeption. Grafische Mittel lassen sich in diesem Zusammenhang als *Kontextualisierungshinweise* (im Sinne von Auer 1986; Auer/di Luzio (Hg.) 1992) verstehen, die dieses Wissen evozieren und damit den Interpretationsrahmen der Textrezeption konstituieren. Das impliziert freilich, dass sie nur *Möglichkeiten* der Interpretation anbieten und dass sie mit weiteren Kontextualisierungshinweisen, etwa den verbalen und den medialen, interagieren. All diese Kontextualisierungshinweise legen den Rezipienten, aufgrund ihres kommunikativen Wissens, bestimmte Schlüsse nahe, die grafischen etwa hinsichtlich der Textsorte, der Entstehungszeit des Textes oder den sozialen Hintergründen des Produzenten. Sie prägen somit die Lektüre vor.

Vor dem Hintergrund der Annahme, dass das grafische Wissen sozial verankert ist, lässt es sich auch erklären, warum spezifische grafische Elemente für unterschiedliche Interaktionsteilnehmer offenbar unterschiedlich ‚bedeutsam‘ sind. Mit Rudi Keller (1995) kann man hier argumentieren, dass diese Mittel nur dann „Bedeutung“ haben und „Zeichen“ sind, wenn sie von den Interaktanten als distinktive Merkmale – soziolinguistisch gesprochen: als *Varianten* – wahrgenommen und zeichenhaft interpretiert werden.¹⁴

Ob dies geschieht, hängt vermutlich nicht nur von der Rezipientengruppe ab, sondern auch vom Gesamtkontext. Wenn wir davon ausgehen, dass Texte multimodal sind und dass, wie in der Textstilistik betont wird,

Wissenstheorien von Dietrich Busse (1987), Helmuth Feilke (1994) u.a.

¹³ Vgl. hierzu detailliert Antos/Spitzmüller (2007) und Spitzmüller (2009).

¹⁴ Vgl. zur Einbindung von Kellers handlungstheoretischer Zeichentheorie in das Konzept des „grafischen Wissens“ Antos/Spitzmüller (2007); Spitzmüller (2009).

sprachliche und nichtsprachliche Zeichen *gemeinsam* das Sinnangebot eines Textes konstituieren (vgl. etwa Fix 2001, S. 114/118), dann ist zu erwarten, dass die Wirkung grafischer Elemente nicht unerheblich vom multimodalen Umfeld abhängt. Das unterschiedliche Wirkungspotenzial von gebrochenen Schriften in den verschiedenen Textsorten, in denen sie verwendet werden, ist auch hierfür ein illustratives Beispiel – man denke etwa an zeitgenössische politische Texte, an Hip-Hop-Cover, an Bieretiketten, an Zeitungslogos und an historische deutschsprachige Bücher wie beispielsweise den Erstdruck von Kants *Critik der reinen Vernunft*.

Wichtig ist es in diesem Zusammenhang aber auch, die einzelnen Textmodalitäten funktional zu differenzieren. Im Interaktionsprozess erfüllen die jeweiligen Modalitäten unterschiedliche kommunikative Funktionen, die in diesem Prozess sehr wahrscheinlich auch in unterschiedlicher Art und Weise bzw. in unterschiedlichen Phasen auftreten. Vermutlich hat Beatrice Warde nicht grundsätzlich Unrecht mit ihrer Überlegung, dass die Textgestalt für die Übermittlung von Informationen in den Hintergrund zu treten hat, zumindest dann nicht, wenn sie die Buchtypografie und damit eine Kommunikationsform vor Augen hat, bei der die *Darstellung* in aller Regel stark im Vordergrund steht und in aller Regel auch dominant durch verbale Mittel geleistet wird.¹⁵ Der Fehler in ihrer Argumentation ist aber, dass Warde Kommunikation weitgehend auf diese eine Funktion sowie auf die Phase der ‚Informationsentnahme‘ reduziert und den anderen Funktionen und Rezeptionsphasen gar keine Relevanz beimisst. Dass die Materialität zurücktreten muss, damit der Blick auf den Inhalt ‚frei‘ wird, ist nun aber eine Annahme, die sich auch in kommunikations- und zeichentheoretischen Arbeiten zum Leseprozess häufig findet. So schreibt etwa Aleida Assmann, bezeichnenderweise ebenfalls unter Rückgriff auf die Durchsichtigkeitsmetaphorik¹⁶:

Wer sich in die Materialität der Zeichen verstrickt, kann sie nicht verstehen, so wenig der stumpfe Blick des übermüdeten oder unkundigen Lesers es vermag, den Vorhang der Buchstaben aufzuziehen. [...] Der flüssige und behende Duktus wird gehemmt, ja u.U. ganz zum Stillstand gebracht, wenn die Buchstaben eine resistente Materialität annehmen.

[...] Der Text wird selbst zum Bild, das den Betrachter in den Bann schlägt und ihm nicht gestattet, kurzerhand zur Sache zu kommen. [...]

Lesen ist ein transitorisches Verfahren. Es erfordert die schnelle Bewegung des Intellekts vom Buchstaben zum Geist, vom Besonderen zum Allgemeinen, von der Oberfläche zur Tiefe. (Assmann [1988] 1995, S. 238/241)

¹⁵ Allerdings macht Warde selbst diesen Unterschied gerade nicht, wenn sie betont: „And if what I said is true for book printing, it is fifty times more obvious in advertising, where the one and only justification for the purchase of space is that you are conveying a message – that you are implanting a desire, straight into the mind of the reader“ (Warde [1932] 1991, S. 113–114).

¹⁶ Vgl. hierzu auch Groß (1994).

Was in diesem Zusammenhang zentral ist, ist das, was Karl Bühler ([1934] 1999, S. 42–46) das *Prinzip der abstraktiven Relevanz* genannt hat. Demzufolge abstrahieren wir vom multimodalen Gesamtkomplex das für die jeweilige kommunikative Funktion jeweils Irrelevante. Das heißt, grafische Elemente treten dann in den Hintergrund der Rezeption, wenn wir ihnen keine Darstellungsfunktion zumessen und wenn es um die Information über Gegenstände und Sachverhalte geht. Allerdings ist wichtig, und Bühler selbst hat das sehr genau gesehen, dass das Abstrahierte nicht *grundsätzlich* irrelevant ist, sondern nur irrelevant für die betreffende Funktion.

Und mehr als das: Eine sehr bedenkenswerte These Bühlers ist es ja, dass die für eine bestimmte Funktion irrelevanten Elemente gerade deshalb wichtig werden können, weil sie semiotisch damit für andere Funktionen zur Verfügung stehen. Bühler verdeutlicht das am Beispiel der Prosodie (dem „Ton“, wie er es nennt), der seines Erachtens für die Darstellungsfunktion im Deutschen nahezu irrelevant ist, aber gerade deswegen „dem Ausdruck und Appell frei[stehe]“ (Bühler [1934] 1999, S. 46). Insofern könnte man argumentieren, dass grafische Elemente besonders dann, wenn ihnen keine Referenzfunktion im klassischen Sinn zukommt, für den Ausdruck etwa sozialer Beziehungen oder von Werthaltungen geeignet sind.

Das gilt nicht nur für typografische Elemente. Ein illustratives Beispiel ist die Verwendung von Umlauten im Englischen im Sinne eines *Foreign Branding* (vgl. Abbildung 3). Gerade weil die Umlaute im Englischen graphematisch und damit denotativ irrelevant sind, können sie als Indikatoren etwa für Fremdheit oder – wie im Heavy Metal – als Genre-Indikatoren und damit als soziales Signal verwendet werden (vgl. dazu Spitzmüller 2007). Etwas Ähnliches ist auch mit dem <ß> im Kontext der Rechtschreibreform passiert: Gerade weil dieser Buchstabe in bestimmten Schreibungen seine graphematische Funktion verloren hat (und dadurch auch ‚sichtbar‘ wurde), konnte er sozialsymbolisch aufgeladen und zu einer ‚Fahnenletter‘ bzw. zu einem sozialen Ikon der Reformgegner werden. Reformkritische Titel wie „Geheimsache ‚ß‘“ (Röhrig 2004) und „‚ß‘ – ein Buchstabe wird vermisst“ (Müller 2008) verdeutlichen dies sehr gut.

Die vorgestellten Überlegungen gelten also nicht nur für Typografie. Typografische Gestaltung ist nur eine spezifische Form der grafischen Variation neben anderen, die teilweise ganz ähnlich, teilweise anders funktionieren. Eine „Soziolinguistik von Schriftlichkeit“, wie sie neuerdings von verschiedener Seite gefordert wird (vgl. Androutsopoulos 2007, S. 86; Sebba 2007, S. 5), wird daher nicht nur die Textgestalt ins Auge fassen müssen, sondern das gesamte interdependente Arsenal skripturaler Varianten, auf das die Interaktionsteilnehmer zurückgreifen, um sich kommunikativ im sozialen Gefüge zu positionieren (neben typographischen Varianten also etwa Varianten in der Schreibung, im Schreibstil bzw. der Gattungsanbindung, der Verwendung von Zeichen- und Schriftsystemen usw.; vgl. dazu ausführlicher Spitzmüller 2007).

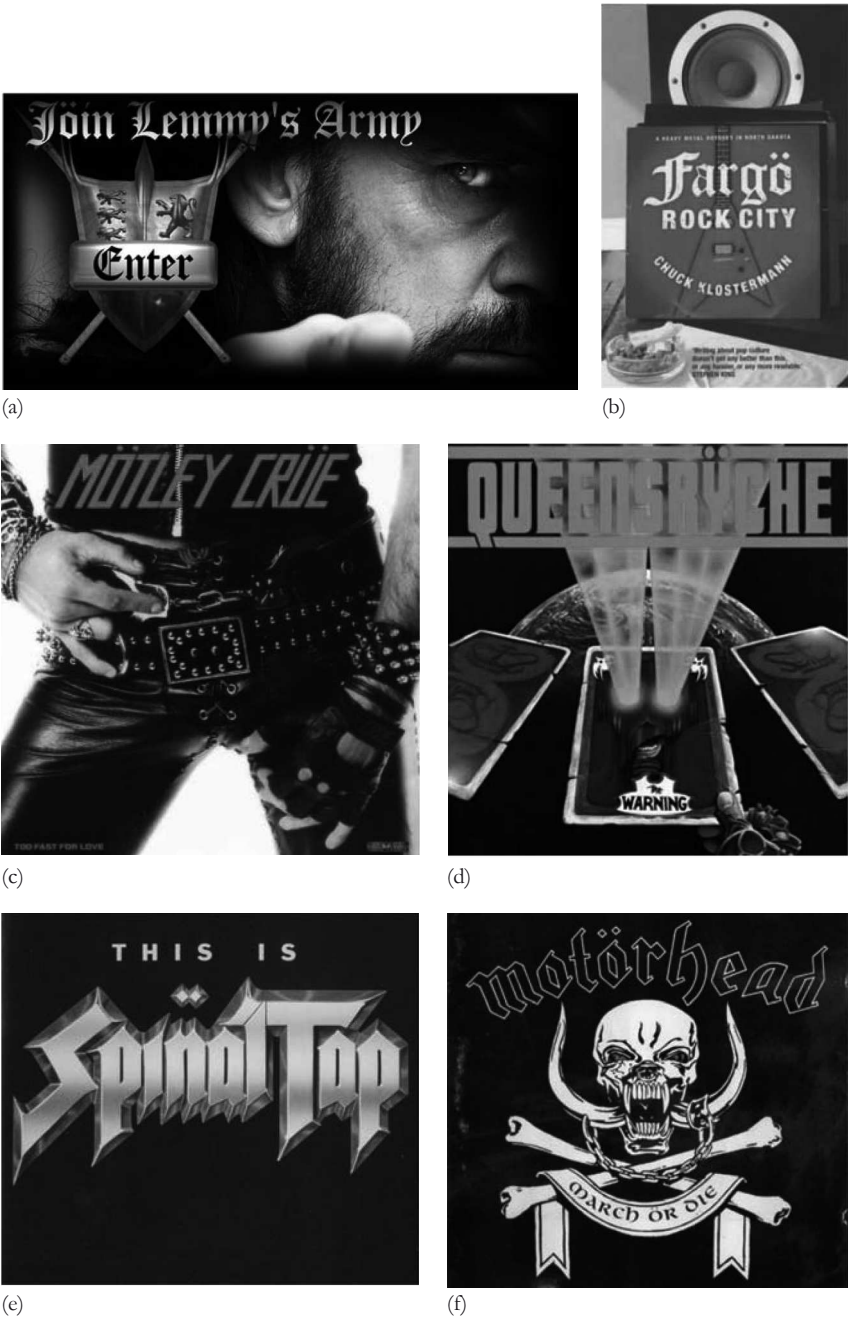


Abb. 3: Sozial kodierte Umlaute

4. Intermedialität

Der letzte Teil dieses Beitrags fokussiert nun den Kerngegenstand des vorliegenden Bandes: *Intermedialität*. Dabei können nur einige Schnittstellen zwischen Visualität und Intermedialität genannt werden, die alle weitergehender Diskussionen bedürfen. Das Ziel des vorliegenden Abschnitts ist es, einige wichtige Theorien und Befunde der Forschung zur Textgestaltung mit Intermedialität in Verbindung zu bringen. Unter *Intermedialität* wird dabei mit Rajewsky (2002, S. 13) die Inbezugsetzung verschiedener „konventionell als distinkt wahrgenommene[r] Medien“ verstanden, entweder in Form der *Medienkombination*, des *Medienwechsels* oder der Herstellung *intermedialer Bezüge*. Wie in der Intermedialitätsforschung üblich (vgl. Rajewsky 2002, S. 7), wird dabei ein relativ weiter Medienbegriff herangezogen. *Medien* werden also nicht im engen übertragungstechnischen Sinn (als *Kanal*) verstanden, wie dies etwa in der Medienlinguistik üblich ist (vgl. Holly 1997). Der Begriff umfasst auch verschiedenartige rezipientenseitige Konzeptionen sprachlicher ‚Vermitteltheit‘, welche vielfach über technische Medienkonzeptionen hinausgehen bzw. mit diesen konfligieren. Was aus einer technischen Perspektive bzw. aus der Perspektive der Forschenden als *Medium* definiert wird, interessiert die Intermedialitätsforschung im Grunde nicht. Sie ist vielmehr daran interessiert, welche Phänomene die Kommunikationsteilnehmer selbst als distinkte Vermittlungsformen ansehen bzw. was „konventionell im Sinne eines kognitiven *frame of reference* als distinkt angesehenes Kommunikationsdispositiv“ (Wolf 2002, S. 165) gilt, unabhängig davon, ob es sich dabei im technischen Sinn um ‚Medien‘, um ‚Kommunikationsformen‘, um ‚Textsorten‘, um ‚Zeichenmodalitäten‘ oder um sonstige Phänomene handelt. In einer sehr weiten Lesart werden somit auch *Stimme* und *Schrift*, also die kommunikativen Codes, sowie „die Literatur“ und „der Film [...] als ‚(Einzel-)Medien‘“ (Rajewsky 2002, S. 7) bezeichnet. Dieser weite Medienbegriff birgt natürlich eine ganze Reihe von Gefahren und ist Anlass für allerlei Verwirrungen, wie Vertreter der Medienlinguistik bereits kritisch angemerkt haben (vgl. etwa Wagner 2006). Der Vorteil des Begriffs ist jedoch, dass er das Phänomen der ‚Medialität‘ nicht an vorgefertigte Kategorien bindet, sondern versucht, es aus Sicht der Kommunikationsteilnehmer zu betrachten. Damit können insbesondere auch Medialitätswahrnehmungen, Medialitätserwartungen und Medialitätsbewertungen berücksichtigt werden, was für die Frage der sozialen Verortung von Medialität, der der vorliegende Beitrag nachgeht, von grundlegender Bedeutung ist.

Soweit ich sehe, ist Intermedialität in der Forschung zur typografischen Kommunikation bislang noch nicht ausführlich diskutiert worden – zumindest nicht unter diesem Label. Vieles jedoch, was in den Kulturwis-

senschaften unter dem „termine ombrellone“ (Rajewsky 2002, S. 6) *Intermedialität* verhandelt wird, wird in der Forschung mithilfe anderer Konzepte, beispielsweise *Multimodalität*, *Konvergenz* oder *Transkriptivität*, gefasst. Damit werden jeweils spezifische Phänomene beschrieben, die die Intermedialitätsforschung der Intermedialität subsumiert, nämlich das Zusammenwirken verschiedener Zeichenressourcen in einem Kommunikat (*Multimodalität*), die die Intermedialitätsforschung bisweilen bereits als Form der Medienkombination auffasst (vgl. Rajewsky 2002, S. 201), die formale und funktionale Annäherung verschiedener Medien aneinander (*Konvergenz*) sowie durch Medienwechsel bedingte semiotische Transformationsprozesse (*Transkriptivität*). Es gibt also zahlreiche Schnittstellen.



Abb. 4: Eisbecher aus Griechenland (Sommer 2008)

Ein wichtiger Anschlusspunkt ist die bereits angesprochene Möglichkeit, mittels Textdesign Textsortenvorerwartungen zu generieren. In neueren Arbeiten aus der Textlinguistik und der Textstilistik wird betont, dass zu unseren Textsortenschemata auch typische visuelle Gestaltungsformen gehören, etwa die Verwendung von Fußnotenapparaten in wissenschaftlichen Texten, deren Verwendung im Umkehrschluss unsere Erwartungen an einen Text prägen können (vgl. Sandig 2006; Fix 2008; Hausendorf/Kesselheim 2008). In der Forschung hat sich hierfür mittlerweile der von Susanne Wehde (2000, S. 119–133) geprägte Terminus *typographisches Dispositiv* eingebürgert. Interessant ist dieses Konzept für Intermedialität, weil Textsortenschemata ja auch ein für die Textsorte typisches Medium mit einschließen. Typographische Dispositive generieren also mit Textsortenerwartungen zugleich auch Medialitätserwartungen. Daher ermöglichen diese Dispositive neben Referenzen von einer Textsorte auf eine andere auch intermediale Referenzen. Ein Beispiel dafür zeigt Abbildung 4. Ganz offensichtlich emuliert die Gestaltung auf diesem Eisbecher die Textsorte ‚Zeitungsbericht‘

bzw. die Kommunikationsform ‚Zeitung‘. Entsprechende Kontextualisierungshinweise sind die Schriftwahl (gebrochene Schriften hier als Indikatoren von Zeitungslogos, fette Serifenlose als Indikatoren von Headlines), die makrotypographische Gestaltung (etwa die Spalten auf der Becherrückseite) sowie auch verbale Elemente wie *Scandal!*, *The Daily <X>*, *The truth behind the scandal*. Da wir in der Regel keine Zeitungen auf Eisbechern lesen, sondern auf Papier oder dem Bildschirm, liegt hier über die Referenz auf eine andere, unerwartete Textsorte und Kommunikationsform auch ein latenter medialer Verweis vor. In einem ähnlichen Zusammenhang kann man auch die Verwendung traditioneller Formen des Zeitungsdesigns in Online-Ausgaben sehen (vgl. Abbildung 5 für ein Beispiel), die zumindest in den Anfangstagen wohl auch die Rezeptionserwartungen und das Prestige der herkömmlichen Zeitungen auf das neue Medium zu übertragen versuchten (vgl. dazu Bucher 2006).



Abb. 5: Online-Zeitung

Intermediale Bezüge in einem engeren Sinn liegen dann vor, wenn Kommunikationsformen aus anderen Medien in typographischer Form emuliert werden. Das ist etwa dann der Fall, wenn Handschrift digitalisiert wird. Hierfür hat Sonja Neef (2008) viele eindruckliche Beispiele gesammelt und ausgewertet – von eingescannten Unterschriften über Bildschirmschoner bis hin zum PDA und Tablet PC. Nicht zuletzt die zahlreichen Anbieter im Internet, die jede beliebige Handschrift zu digitalisieren und in eine für den Auftraggeber exklusive Schriftdatei – „your very own font“¹⁷ – zu transformieren versprechen, zeugen davon, dass für solche intermedialen Bezüge offenbar Bedarf besteht. Die entsprechenden Verkaufsversprechen („Add a personal touch to your computer“¹⁸) verdeutlichen dabei sehr gut, worum es, auch Neef zufolge, hierbei häufig geht: um die direkte Anbindung an einen identifizierbaren Schreiber bzw. um ‚Authentizität‘. Dass dies offenbar so wahrgenommen wird, obwohl digitalisierte Handschriften ja gerade nicht echte Originale, sondern beliebig replizierbare Kopien sind, hat wiederum mit den sozialsymbolischen Werten zu tun, die der Handschriftlichkeit zugeschrieben werden – Werte, die einen Medienwechsel offenbar zumindest teilweise überstehen. Auch solche vordergründig bloß ästhetisch-spielerischen Anwendungen digitalisierter Handschriftlichkeit wie die in Abbildung 6 gezeigte Präsentationsvorlage, die mit allen Mitteln versucht, einen Tafelanschrieb zu emulieren, beziehen ihre Wirkung letztlich aus diesen Werten. Ihr ‚Unterhaltungswert‘ resultiert aus der intermedial-sozialsymbolischen Spannung zwischen ‚traditionell-analoger‘ und ‚modern-digitaler‘ Präsentationstechnik, zwischen sozialsymbolischen Zuschreibungen von ‚Authentizität‘ und ‚Modernität‘, mit denen solche Beispiele bzw. diejenigen, die auf diese Gestaltungsformen zurückgreifen, auch bewusst spielen. Die Verwendung einer solchen Präsentationsvorlage zielt mithin auf mehr als nur auf luzide *Trompe-l'Œil*-Effekte. Sie verortet den Akt der Präsentation in einem mediensozialgeschichtlichen Kontext und ist damit auch ein metapragmatischer Kommentar zur Medialität der Präsentation sowie zu den Leistungen, Grenzen und sozialen Werten der beiden hier intermedial aufeinander bezogenen Präsentationsmedien. Im Spannungsfeld zwischen ‚Effekthascherei‘ und ‚Professionalität‘, in dem Beamer-Präsentationen (nicht zuletzt in den Geisteswissenschaften) gerne kontrovers verhandelt werden, kann die Verwendung einer solchen Präsentationsvorlage aufgrund ihres Rückbezugs auf die ‚gute alte Zeit‘ der Schiefertafel also ebenso wie der bewusste Verzicht auf diese Präsentationstechnik bzw. umgekehrt der Einsatz technisch anspruchsvoller Animationstechniken auch eine (wenn auch augenzwinkernde) Stellungnahme bzw. eine soziale Verortung sein.

¹⁷ www.yourfonts.com (Stand: Februar 2009).

¹⁸ www.yourfonts.com (Stand: Februar 2009). Beispiele für weitere Seiten, die wörtlich „a personal touch“ versprechen, sind www.handwritingfonts.com (Stand: April 2009), www.fontifier.com (Stand: April 2009) und www.fontsource.com/index.htm (Stand: April 2009).



Abb. 6: Präsentationsvorlage „Chalkboard“

In dem erwähnten Buch hat Neef sehr schön herausgearbeitet, dass es gerade die *Intermedialität* ist, vor deren Hintergrund sich solche Werte häufig entfalten. Im Fall der Handschrift argumentiert Neef überzeugend, dass diese ihre Aufwertung gerade dadurch erfahren hat, dass die Druckschriftlichkeit entstanden ist und die Handschrift von gewissen Aufgaben entlastet hat: „Die Erfindung der Kopie war die Geburtsstunde des Originals“, schreibt sie (Neef 2008, S. 162). Nicht zufällig, so Neef weiter, entstehen in der Nachfolge drucktechnischer Entwicklungen auch solche prestigeträchtigen Handschreibwerkzeuge wie der Füllfederhalter. Intermediale Bezüge sind daher immer auch als Hinweis darauf zu verstehen, was das jeweilige Medium kann und was es nicht kann. In gegenseitigem Bezug aufeinander werden so die Grenzen der jeweiligen Medien (bzw. unserer Konzepte davon) abgesteckt.

Damit kommen wir zu einem letzten, wichtigen Punkt, mit dem zugleich ein Bogen zum Ausgangspunkt der Überlegungen geschlagen werden soll. Wenn es tatsächlich so ist, wie Kittler vermutet, dass das ‚Unsichtbarmachen‘ der Materialität in Verbindung steht zu dem Bestreben, Medialität zurückzudrängen, dann würde dies im Umkehrschluss bedeuten, dass Sichtbarkeit auch Medialität generiert: dass wir ein Medium *als* Medium vor allem dann wahrnehmen, wenn es mit medienspezifischen, oder aber gerade, durch intermediale Bezüge, mit medienuntypischen, Mitteln

sichtbar gemacht wird.¹⁹ In diesem Sinne ist die im Abstract dieses Beitrags formulierte These zu verstehen, dass sich nicht nur die medialen Bedingungen in der Gestaltung niederschlagen, sondern dass graphische Variation die Medialität mitkonstruiert. Somit wäre auch Medialität sozial bzw. diskursiv gerahmt.

Wenn dies so ist, muss man weiterhin auch annehmen, dass Medialität als Gegenstand wissenschaftlicher Reflexion ebenfalls in Korrelation zu ihrer Sichtbarmachung steht. Dies würde bedeuten, dass die Tatsache, dass derzeit in den Kulturwissenschaften allenthalben von *Medialität*, *Intermedialität*, *Visualität*, *Pikturalität* usw. die Rede ist, nur bedingt mit wissenschaftlichen Modeerscheinungen zu tun hat und schon gar nicht damit, dass den Kulturwissenschaftlern plötzlich die Schuppen von den Augen fallen, sondern wesentlich mit der kommunikativen Praxis. Denn erst durch die Erscheinung der Form in der kommunikativen Performanz wäre der Gegenstand dann zu einem Gegenstand geworden, den die Wissenschaft als solchen erkennen und anerkennen kann – wenn auch mit etwas Verzögerung. Insofern wäre der aktuelle wissenschaftliche Trend, der sich in Sammelbänden wie dem vorliegenden niederschlägt, auch und zu nicht geringen Teilen ein Resultat der diskursiven Praxis, den die Wissenschaftler aus der Distanz zu beobachten glauben.

5. Fazit: Um *Variation* wissen

Das entwertet nun aber die Beschäftigung mit dem Gegenstand keineswegs – im Gegenteil: Die kommunikative Relevanz, und mit ihr die sprachwissenschaftliche Relevanz, emergieren aus der kommunikativen Praxis. Daher gilt es genau diese im Auge zu behalten.

Ein wesentlicher Faktor kommunikativer Praxis wiederum ist kommunikative *Variation*. Daher ist es zunächst einmal erforderlich, dass wir als Sprachwissenschaftler – um die hier präsentierten Thesen auf vier Worte zu verdichten – um die *Variation* wissen, um die ja schon Beatrice Warde gewusst hat, auch wenn sie gegen die offenbar zunehmende und ihrer Meinung nach ‚eskalierende‘ Praxis anzukämpfen versuchte. Dass Variation Widerstand und Einengungsbestrebungen evoziert, wissen wir als Sprachwissenschaftler nur allzu gut.²⁰ Wir selbst sollten uns diesen (aus soziolinguistischer Sicht durchaus nachvollziehbaren) Einengungsbestrebungen aber nicht ohne Not unterwerfen, wenn wir ernsthaft versuchen, die Vielfältigkeit von Kommunikation zu verstehen. Denn so ungern es die Hüter indexi-

¹⁹ Ludwig Jäger (2004; vgl. auch Jägers Beitrag in diesem Band) hat diesen Prozess, interessanterweise unter Rückgriff die oben beschriebene Metaphorik, als Wechselspiel von *Transparenz* („Unsichtbarmachen“) und *Störung* („Sichtbarmachen“) bezeichnet.

²⁰ Vgl. dazu Moschonas/Spitzmüller (im Druck).

kalischer Ordnungen, die selbst ernannten Connaisseurs dieser Welt, sehen mögen: Man kann Wein durchaus auf verschiedene Weise trinken, und nicht immer ist der Kristallbecher die beste Wahl (siehe Abbildung 7).



Abb. 7: Weingefäße (im pikturalen Universum von *Google Images*)

Abbildungsnachweise

Abb. 1: Sozialsymbolische Zuschreibungen: gebrochene Schriften.

- (a) Plakat „Das Schweigen der Lämmer“, Hauptbahnhof Zürich, Dezember 2007.
- (b) Flyer zur „Nacht gegen das Vergessen“ anlässlich des 70. Jahrestages der nationalsozialistischen Pogromnacht im November 1938, *Zentrum David* Zürich, Oktober 2008.

- (c) Bildungsmaterial „Rechtsextremismus erkennen!“ (Borchert et al. (Hg.) 2002), Titelseite.
- (d) Plakat der *Kommunistischen Jugend Österreichs* (KJÖ) gegen ein Burschenschaftler-Treffen in Linz, September 2007. www.kjoe.at/article.php?story=20070911093944695 (Stand: Dezember 2008).
- (e) Banner der SPD Schorndorf, Oktober 2008. www.spd-schorndorf.de/index.php?nr=12286 (Stand: Dezember 2008).
- (f) Aufnäher „St. Pauli-Fans gegen Rechts!“ www.fcstpauli-shop.de/images/product_images/popup_images/FC2806.jpg (Stand: April 2009).

Abb. 2: Sozialsymbolische Zuschreibungen: popkulturelle Szenekommunikation

- (a) Flyer „Monsters of Punk“, Freiburg i.Br., April 2007.
- (b) Flyer „Walfisch“, Freiburg i.Br., April 2007.
- (c) Flyer „Akiyume“, Augsburg, Oktober 2006.
- (d) Website www.steinionline.de/index2.html (Stand: Februar 2007).

Abb. 3: Sozial kodierte Umlaute

- (a) Website www.joinlemmysarmy.com (Stand: April 2009).
- (b) Plattencover *Motörhead: March ör Die*. Epic Records 1992.
- (c) Plattencover *Mötley Crüe: Too Fast for Love*. Elektra Records 1981.
- (d) Plattencover *Queensrÿche: The Warning*. EMI Records 1984.
- (e) DVD-Cover *This is Spinal Tap* (Ausschnitt). MGM Home Entertainment 2004.
- (f) Titelseite *Chuck Klosterman: Fargo Rock City. A Heavy Metal Odyssey in Rural North Dakota*. New Edition. New York: Scribner 2002.

Abb. 4: Eisbecher aus Griechenland (Sommer 2008)

Fotografie von Jürgen Spitzmüller.

Abb. 5: Online-Zeitung

www.zeit.de/index. Ausgabe vom 26.02.2009.

Abb. 6: Präsentationsvorlage „Chalkboard“

www.kde-files.org/content/show.php/Chalkboard+Presentation?content=31393 (Stand: April 2009).

Abb. 7: Weingefäße (im pikturalen Universum von *Google Images*).

Ausgewählte Ergebnisse einer Suchanfrage bei <http://images.google.de> vom 25.02.2009 unter Verwendung der Lemmata *Weingefäß*, *Weinkelch* und *wine goblet*.

Literatur

- Almind, Richard/Bergenholtz, Henning (2000): Die ästhetische Dimension der Lexikographie. In: Fix, Ulla/Wellmann, Hans (Hg.): *Bild im Text – Text im Bild.* (= Sprache – Literatur und Geschichte 20). Heidelberg, S. 259–288.
- Androutsopoulos, Jannis (2001): What names reveal about the music style: A study of naming patterns in popular music. In: Németh, Enikő T. (Hg.): *Pragmatics in 2000. Selected papers from the 7th International Pragmatics Conference.* Bd. 2. Antwerpen, S. 16–29.

- Androutsopoulos, Jannis (2004): Typography as a resource of media style: Cases from music youth culture. In: Mastoridis, Klimis (Hg.): Proceedings of the 1st International Conference on Typography and Visual Communication. Thessaloniki, S. 381–392.
- Androutsopoulos, Jannis (2007): Neue Medien – neue Schriftlichkeit? In: Mitteilungen des deutschen Germanistenverbandes 54/1, S. 72–97.
- Antos, Gerd (2001): Sprachdesign als Stil? Lifting oder: Sie werden die Welt mit anderen Augen sehen. In: Jakobs/Rothkegel (Hg.), S. 55–76.
- Antos, Gerd/Spitzmüller, Jürgen (2007): Was ‚bedeutet‘ Textdesign? Überlegungen zu einer Theorie typographischen Wissens. In: Roth/Spitzmüller (Hg.), S. 35–48.
- Assmann, Aleida (1995): Die Sprache der Dinge. Der lange Blick und die wilde Semiose. In: Gumbrecht/Pfeiffer (Hg.) ([1988] 1995), S. 237–251.
- Auer, Peter (1986): Kontextualisierung. In: Studium Linguistik 19, S. 22–47.
- Auer, Peter/di Luzio, Aldo (Hg.) (1992): The contextualization of language. (= Pragmatics & Beyond, N. S. 22). Amsterdam/Philadelphia.
- Bain, Peter/Shaw, Paul/Bertheau, Philipp Th. (Hg.) (1998): Blackletter. Type and national identity. New York.
- Ballstaedt, Steffen-Peter/Mandl, Heinz/Schnotz, Wolfgang/Tergan, Sigmar-Olaf (1981): Texte verstehen, Texte gestalten. München/Wien/Baltimore.
- Barthes, Roland ([1973] 2006): Variations sur l'écriture/Variationen über die Schrift. Französisch – Deutsch. (= excerpta classica II). Mainz. [Zuerst: unveröff. Ms. 1973].
- Bergenholtz, Henning (1995): Layout. In: Bergenholtz, Henning/Tarp, Sven (Hg.): Manual of specialized lexicography. Preparation of specialised dictionaries. Amsterdam, S. 224–230.
- Berger, Peter L./Luckmann, Thomas (2003): Die gesellschaftliche Konstruktion der Wirklichkeit. Eine Theorie der Wissenssoziologie. 19. Aufl. Frankfurt a.M.
- Bittner, Johannes (2003): Digitalität, Sprache, Kommunikation. Eine Untersuchung zur Medialität von digitalen Kommunikationsformen und Textsorten und deren varietätenlinguistischer Modellierung. (= Philologische Studien und Quellen 178). Berlin.
- Blommaert, Jan (2005): Discourse. A critical introduction. Cambridge.
- Bodoni, Giambattista (1818): Manuale tipografico del Cavaliere Giambattista Bodoni. Parma.
- Borchert, Diana et al. (Hg.) (2002): Bildungsmaterial Rechtsextremismus erkennen! Braunschweig.
- Brekke, Herbert E. (1993): Anmerkungen zur Klassifikations- und Prioritätsdiskussion um die frühesten Druck-Antiquaschriften in Deutschland und Italien. In: Gutenberg-Jahrbuch 68, S. 30–43.
- Brekke, Herbert E. (1994): Typographie. In: Günther, Hartmut/Ludwig, Otto (Hg.): Schrift und Schriftlichkeit. Ein interdisziplinäres Handbuch internationaler Forschung. Bd. 1. (= Handbücher zur Sprach- und Kommunikationswissenschaft 10.1). Berlin/New York, S. 204–227.

- Brekke, Herbert E. (1997): Das typographische Prinzip. Versuch einer Begriffsklärung. In: Gutenberg-Jahrbuch 72, S. 58–63.
- Bucher, Hans-Jürgen (2006): Gedrucktes im Internet. Online-Zeitungen und Online-Magazine auf dem Weg zu einer eigenständigen Mediengattung. In: Schlobinski, Peter (Hg.): Von *hdl* bis *cul8r*. Sprache und Kommunikation in den neuen Medien. (= Thema Deutsch 7). Mannheim/Leipzig/Wien/Zürich, S. 210–232.
- Bucher, Hans-Jürgen (2007): Textdesign und Multimodalität. Zur Semantik und Pragmatik medialer Gestaltungsformen. In: Roth/Spitzmüller (Hg.), S. 49–76.
- Bühler, Karl ([1934] 1999): Sprachtheorie. Die Darstellungsfunktion der Sprache. Stuttgart. [Originalausg.: Jena 1934].
- Busse, Dietrich (1987): Historische Semantik. Analyse eines Programms. (= Sprache und Geschichte 13). Stuttgart.
- Chambers, Jack K. (2003): Studying language variation: An informal epistemology. In: Chambers, Jack K./Trudgill, Peter/Schilling-Estes, Natalie (Hg.): The handbook of language variation and change. Oxford/Cambridge, S. 3–14.
- Coupland, Nikolas (2007): Style. Language variation and identity. Cambridge.
- Danet, Brenda (2001): Cyberpl@y: Communicating online. Oxford.
- Doerfert, Frank (1980): Zur Wirksamkeit typografischer und grafischer Elemente in gedruckten Fernstudienmaterialien. (= Bericht zum Ziff-Forschungsprojekt 1.2). Hagen.
- Ehlers, Klaas-Hinrich (2004): Raumverhalten auf dem Papier. Der Untergang eines komplexen Zeichensystems dargestellt an Briefstellern des 19. und 20. Jahrhunderts. In: Zeitschrift für Germanistische Linguistik 32, S. 1–31.
- Feilke, Helmuth (1994): Common sense-Kompetenz. Überlegungen zu einer Theorie ‚sympathischen‘ und ‚natürlichen‘ Meinens und Verstehens. Frankfurt a.M.
- Fix, Ulla (2001): Zugänge zu Stil als semiotisch komplexer Einheit. Thesen, Erläuterungen und Beispiele. In: Jakobs/Rothkegel (Hg.), S. 113–126.
- Fix, Ulla (2008): Nichtsprachliches als Textfaktor: Medialität, Materialität, Lokalität. In: Zeitschrift für Germanistische Linguistik 36/3, S. 343–354.
- Foucault, Michel (1981): Archäologie des Wissens. Übersetzt von Ulrich Köppen. Frankfurt a.M.
- Friedl, Friedrich/Ott, Nicolaus/Stein, Bernhard (Hg.) (1998): Typography – when who how/Typographie – wann wer wie/Typographie – quand qui comment. Köln.
- Gallmann, Peter (1985): Graphische Elemente der geschriebenen Sprache. Grundlagen für eine Reform der Orthographie. (= Reihe Germanistische Linguistik 60). Tübingen.
- Groß, Sabine (1994): Lese-Zeichen. Kognition, Medium und Materialität im Lese-prozeß. Darmstadt.
- Gumbrecht, Hans Ulrich/Pfeiffer, K. Ludwig (Hg.) ([1988] 1995): Materialität der Kommunikation. 2. Aufl. Frankfurt a.M. [1. Aufl.: Frankfurt a.M. 1988].

- Günther, Hartmut (1988): Schriftliche Sprache. Strukturen geschriebener Wörter und ihre Verarbeitung beim Lesen. (= Konzepte der Sprach- und Literaturwissenschaft 40). Tübingen.
- Günther, Hartmut (1993): Graphetik – Ein Entwurf. In: Baumann, Jürgen/Günther, Hartmut/Knoop, Ulrich (Hg.): Homo scribens. Perspektiven der Schriftlichkeitsforschung. (= Reihe Germanistische Linguistik 134). Tübingen, S. 29–42.
- Gusfield, Joseph (1976): The literary rhetoric of science: Comedy and pathos in drinking driver research. In: American Sociological Review 41, S. 16–34.
- Hagemann, Jörg (2007): Typographie und logisches Design. In: Roth/Spitzmüller (Hg.), S. 77–91.
- Hausendorf, Heiko/Kesselheim, Wolfgang (2008): Textlinguistik fürs Examen. (= Linguistik fürs Examen 5). Göttingen.
- Holly, Werner (1997): Zur Rolle von Sprache in den Medien. Semiotische und kommunikationsstrukturelle Grundlagen. In: Muttersprache 107/1, S. 64–75.
- Jäger, Ludwig (2000): Die Sprachvergessenheit der Medientheorie. Ein Plädoyer für das Medium Sprache. In: Kallmeyer, Werner (Hg.): Sprache und neue Medien. (= Jahrbuch 1999 des Instituts für Deutsche Sprache). Berlin/New York, S. 9–30.
- Jäger, Ludwig (2004): Störung und Transparenz. Skizze zur performativen Logik des Medialen. In: Krämer, Sybille (Hg.): Performativität und Medialität. München. S. 35–73.
- Jakobs, Eva-Maria/Rothkegel, Anneli (Hg.) (2001): Perspektiven auf Stil. (= Reihe Germanistische Linguistik 226). Tübingen.
- Kapr, Albert/Schiller, Walter (1977): Gestalt und Funktion der Typografie. Leipzig.
- Keller, Rudi (1995): Zeichentheorie. Tübingen/Basel.
- Kittler, Friedrich A. (1986): Grammophon Film Typewriter. Berlin.
- Kittler, Friedrich A. ([1985] 2003): Aufschreibesysteme 1800 · 1900. 4., vollst. überarb. Neuaufl. München. [Originalausg.: München 1985].
- König, Anne Rose (2004): Lesbarkeit als Leitprinzip der Buchtypographie. Eine historische Untersuchung zum Forschungsstand und zur Entwicklung des Konzeptes ‚Lesbarkeit‘. (= Alles Buch. Studien der Erlanger Buchwissenschaft VII). Internet: www.buchwiss.uni-erlangen.de/AllesBuch/Koenig/Koenig.pdf (Stand: Juli 2006). Erlangen.
- Kretzenbacher, Heinz L. (1995): Wie durchsichtig ist die Sprache der Wissenschaften? In: Kretzenbacher, Heinz L./Weinrich, Harald (Hg.): Linguistik der Wissenschaftssprache. Berlin/New York, S. 15–39.
- Van Leeuwen, Theo (2005): Typographic meaning. In: Visual Communication 4/2, S. 137–143.
- Van Leeuwen, Theo (2006): Towards a semiotics of typography. In: Information Design Journal 14/2, S. 139–155.
- Meier-Schuegraf, Stefan (2005): Merkmale rechtsextremistischer visueller Kommunikation im Internet. In: Hofmann, Wilhelm/Leske, Franz (Hg.): Politische Identität – visuell. (= Studien zur visuellen Politik 1). Münster, S. 153–173.

- Meier, Stefan (2007): Vom Stil zum Style – Typografie als intermediales Phänomen. In: Kodikas/Code. *Ars Semeiotica – An International Journal of Semiotics* 29/1–3, S. 59–77.
- Morison, Stanley (1929): Typography. In: *The Encyclopædia Britannica*. Bd. 22: Textiles to vascular system. 14. Aufl. London/New York, S. 650–652.
- Morison, Stanley (1930): First principles of typography. In: *The Fleuron. A Journal of Typography* 7, S. 61–72.
- Moschonas, Spiros A./Spitzmüller, Jürgen (im Druck): Prescriptivism in and about the media: A comparative analysis of corrective practices in Greece and Germany. In: Johnson, Sally/Milani, Tommaso M. (Hg.): *Language ideologies and media discourse: Texts, practices, politics*. London.
- Müller, Frank (2008): *ß – Ein Buchstabe wird vermisst*. Frankfurt a.M.
- Neef, Sonja (2008): *Abdruck und Spur. Handschrift im Zeitalter ihrer technischen Reproduzierbarkeit*. Berlin.
- Polenz, Peter von (1996): Die Ideologisierung der Schriftarten in Deutschland im 19. und 20. Jahrhundert. In: Böke, Karin/Jung, Matthias/Wengeler, Martin (Hg.): *Öffentlicher Sprachgebrauch. Praktische, theoretische und historische Perspektiven*. Opladen, S. 271–282.
- Raible, Wolfgang (1991): *Die Semiotik der Textgestalt. Erscheinungsformen und Folgen eines kulturellen Evolutionsprozesses*. (= Abhandlungen der Heidelberger Akademie der Wissenschaften. Philosophisch-historische Klasse Jg. 1991, Abh. 1). Heidelberg.
- Rajewsky, Irina O. (2002): *Intermedialität*. Tübingen/Basel.
- Reddy, Michael J. (1995): The conduit metaphor. A case of frame conflict in our language about language. In: Ortony, Andrew (Hg.): *Metaphor and thought*. Reprint der 2. Aufl. 1993. Cambridge, S. 164–201.
- Röhrig, Johannes (2004): Geheimsache ß. Wie die Allianz von Springer („Bild“) und „Spiegel“ gegen die neue RECHTSCHREIBUNG über Monate vorbereitet wurde – und warum es am Ende dann doch hopplahopp gehen musste. In: *Der Stern*, 19.08.2004. Internet: www.stern.de/politik/deutschland/528596.html (Stand: September 2009).
- Roth, Kersten Sven/Spitzmüller, Jürgen (Hg.) (2007): *Textdesign und Textwirkung in der massenmedialen Kommunikation*. Konstanz.
- Salen, Katie (2001): Surrogate multiplicities: Typography in the age of invisibility. In: *Visible Language* 35/2, S. 132–153.
- Sandig, Barbara (2006): *Textstilistik des Deutschen*. 2., völlig neu bearb. u. erw. Aufl. Berlin/New York.
- Sauer, Christoph (1997): Visualisierung inbegriffen: Textüberarbeitung und Umgestaltung. In: Jakobs, Eva-Maria/Knorr, Dagmar (Hg.): *Schreiben in den Wissenschaften*. (= Textproduktion und Medium 1). Frankfurt a.M. u.a., S. 91–106.
- Sauer, Christoph (1999): Die Verständlichkeit von Texten, Visualisierungen und Bildschirmen. Untersuchungen zur Leseaufgabenunterstützung. In: Jakobs, Eva-Maria

- ria/Knorr, Dagmar/Pogner, Karl-Heinz (Hg.): Textproduktion. HyperText, Text, KonText. (= Textproduktion und Medium 5). Frankfurt a.M. u.a., S. 93–109.
- Schopp, Jürgen F. (2002): Typographische Schrift als Mittel nationaler Identifikation. Beobachtungen zur Semiose von Druckschriften. In: Höfner, Eckhard/Schröder, Hartmut/Wittmann, Roland (Hg.): Valami más. Beiträge des Finnisch-Ungarischen Kultursemiotischen Symposiums „Zeichenhafte Aspekte der Veränderung“ (25.–28.11.1998, Berlin, Frankfurt (Oder) – Slubice). (= Nordeuropäische Beiträge aus den Human- und Gesellschaftswissenschaften 22). Frankfurt a.M. u.a., S. 95–126.
- Schröder, Hartmut (1993): Semiotische Aspekte multimedialer Texte. In: Schröder, Hartmut (Hg.): Fachtextpragmatik. (= Forum für Fachsprachenforschung 19). Tübingen, S. 189–213.
- Scollon, Ron/Scollon, Suzie Wong (2003): Discourses in place. Language in the material world. London/New York.
- Sebba, Mark (2007): Spelling and society. The culture and politics of orthography around the world. Cambridge.
- Shannon, Claude E. (1948): A mathematical theory of communication. In: Bell System Technical Journal 27, S. 379–423/623–656.
- Silverstein, Michael (2003): Indexical order and the dialectics of sociolinguistic life. In: Language and Communication 23/3–4, S. 193–229.
- Spiekermann, Erik (2004): ÜberSchrift. Mainz. [Engl. Orig.: Stop stealing sheep & find out how type works. Mountain View, CA 1993].
- Spillner, Bernd (1982): Stilanalyse semiotisch komplexer Texte. In: Kodikas/Code. Ars Semeiotica 4–5/1, S. 91–106.
- Spitzmüller, Jürgen (2006): Typographie. In: Dürscheid, Christa: Einführung in die Schriftlinguistik. 3., überarb. u. erg. Aufl. (= Studienbücher zur Linguistik 8). Göttingen, S. 207–238.
- Spitzmüller, Jürgen (2007): Graphisches Crossing. Eine soziolinguistische Analyse graphostilistischer Variation. In: Zeitschrift für Germanistische Linguistik 35/3, S. 397–418.
- Spitzmüller, Jürgen (2009): Typographisches Wissen: die Oberfläche als semiotische Ressource. In: Feilke, Helmuth/Linke, Angelika (Hg.): Oberfläche und Performanz. Untersuchungen zur Sprache als dynamische Gestalt. (= Reihe Germanistische Linguistik 283). Tübingen, S. 459–486.
- Spitzmüller, Jürgen (im Druck): Floating ideologies: Metamorphoses of graphic ‚Germaness‘. In: Jaffe, Alexandra/Androutsopoulos, Jannis/Sebba, Mark (Hg.): Orthography as social action: Scripts, spelling, identity and power. Berlin/New York.
- Stöckl, Hartmut (2004): Typographie: Gewand und Körper des Textes – Linguistische Überlegungen zu typographischer Gestaltung. In: Zeitschrift für Angewandte Linguistik 41, S. 5–48.
- Stöckl, Hartmut (2008): Werbetypographie – Formen und Funktionen. In: Held, Gudrun/Bendel, Sylvia (Hg.): Werbung – grenzenlos. Multimodale Werbetexte im interkulturellen Vergleich. (= Sprache im Kontext 31). Frankfurt a.M., S. 13–36.

- Tschichold, Jan (2001): *Erfreuliche Drucksachen durch gute Typographie. Eine Fibel für jedermann*. Augsburg. [Faksimile-Nachdruck d. Originalausg. Ravensburg 1960].
- Twyman, Michael (1993): The bold idea: The use of bold-looking types in the Nineteenth Century. In: *Journal of the Printing Historical Society* 22, S. 107–143.
- Unger, Gerard ([1992] 2003): Legible? In: *Emigre* 65, S. 100–111. [Zuerst in: *Emigre* 23 (1992)].
- Unger, Johann Friedrich (1793 [1971]): *Probe einer neuen Art Deutscher Lettern*. Berlin. [Nachdruck in: Sichowsky, Richard von/Tiemann, Hermann (Hg.) (1971): *Typographie und Bibliophilie. Aufsätze und Vorträge über die Kunst des Buchdrucks aus zwei Jahrhunderten* (Jahresgabe der Maximilian-Gesellschaft 1969). Hamburg, S. 24–29].
- Wagner, Franc (2006): Zur Intermedialität in den neuen Medien. In: *Kodikas/Code – Ars Semeiotica* 29/1–3, S. 45–56.
- Waller, Robert (1996): Typography and discourse. In: Barr, Rebecca/Kamil, Michael L./Mosenthal, Peter (Hg.): *Handbook of reading research*. Bd. 2. Mahwah, S. 341–380.
- Warde, Beatrice ([1932] 1991): Printing should be invisible. In: Bennett, Paul A. (Hg.): *Books and printing. A treasury for typophiles*. Savannah, S. 109–114. [Originalausg.: New York 1932].
- Wehde, Susanne (2000): *Typographische Kultur. Eine zeichentheoretische und kulturgeschichtliche Studie zur Typographie und ihrer Entwicklung*. (= Studien und Texte zur Sozialgeschichte der Literatur 69). Tübingen.
- Wiegand, Herbert Ernst (1999): Artikel einsprachiger Lernerwörterbücher, Textgestaltungswahrnehmung und Suchbereichsstrukturen. Plädoyer für übersichtliche Printwörterbücher im Zeitalter der neuen Medien. In: Skibitzki, Bernd/Wotjak, Barbara (Hg.): *Linguistik und Deutsch als Fremdsprache. Festschrift für Gerhard Helbig zum 60. Geburtstag*. Tübingen, S. 259–281.
- Wiegand, Herbert Ernst (2000): Über Suchbereich, Suchzonen und ihre textuellen Strukturen in Printwörterbüchern. Ein Beitrag zur Theorie der Wörterbuchform. In: Wiegand, Herbert Ernst (Hg.): *Wörterbücher in der Diskussion IV. Vorträge auf dem Heidelberger Lexikographischen Kolloquium*. (= *Lexicographica: Series Maior* 100). Tübingen, S. 233–301.
- Wienen, Markus (2007): Multisensorische Textrezeption. Zum texttheoretischen Potential einer Semiolinguistik des Textes. In: *Zeitschrift für Angewandte Linguistik*, S. 69–95.
- Willberg, Hans Peter/Forssman, Friedrich ([1999] 2001): *Erste Hilfe in Typographie. Ratgeber für Gestaltung mit Schrift*. 3. Aufl. Mainz. [Originalausg.: Mainz 1999].
- Willberg, Hans Peter/Forssman, Friedrich ([1997] 2005): *Lesetypographie*. 4., komplett überarb. u. erw. Aufl. Mainz. [Originalausg.: Mainz 1997].
- Wolf, Werner (2002): Intermedialität. Ein weites Feld und eine Herausforderung für die Literaturwissenschaft. In: Foltinek, Herbert/Leitgeb, Christoph (Hg.): *Literaturwissenschaft: intermedial – interdisziplinär*. Wien, S. 163–192.